

лях 2-3 зірки, вони зовсім не передбачені, що вже відразу виключає можливість бюджетних подорожей. Тільки завдяки Євро-2012 в містах України, були створені умови для малорухомих людей. Наприклад, облаштовано номери, пандуси в готелі і заклади харчування, були обладнані вагони для інвалідів-візочників. Так само пущені нові тролейбуси і автобуси [2]. Це, безумовно, зіграло позитивну роль, і до сьогодні транспорт і спеціалізовані номери в готелях функціонують. Але на жаль, їх набагато менше, ніж у країнах Європи. Так само звукові системи в транспорті на пішохідних дорогах передбачені не скрізь, а екрани з біжучим рядком можуть використовуватися для реклами, зовсім не виконуючи свого призначення.

Тим не менш, популяризація теми подорожі мало мобільного населення, є міцним фундаментом для розвитку адаптивного туризму. В Україні є ресурси, технології, інфраструктурні об'єкти, які являють собою певну концепцію або просторовий каркас для вдосконалення сфери туризму людей з обмеженими потребами.

Особливо перспективною галуззю для «точки відправлення» такого туризму є реабілітація. На сьогодні в Україні існують ряд рекреаційних та реабілітаційних комплексів, які задовольняють потреби всіх верств населення. Найбільша кількість таких центрів зосереджена в Карпатсько-Подільському районі [3].

На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що в Україні на сьогодні, як в країні з перехідною економікою, існує безліч проблем, рішення яких, можливо, але займає тривалий період часу. Привернення уваги до цієї теми, дозволяє створити конструктор проблем, що допоможе більш ясно побачити всі недоліки і розробити моделі рішення.

1. Топалова О.І. Демографічні чинники формування адаптивного туризму в Україні / О.І. Топалова // Часопис картографії. – 2015. – Вип. 12. – С. 193-197.

2. Арсененко І.А. Інвалідний туризм: поняття, класифікація / І.А. Арсененко, О.І. Топалова // Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії: зб. наук. статей. – Переяслав-Хмельницький, 2014. – С. 9-11.

3. Бейдик О.О. Діагностика адаптивного туризму / О.О. Бейдик, А.Л. Мельничук, А.В. Орещенко // Часопис картографії. – 2015. – Вип.12. – С. 90-105.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Горбачова А.А.

Науковий керівник – Полчанінова І.Л., канд. екон. наук, доцент

Щорічно в світі реєструється понад 100 млн. бізнес-подорожей. Їх територіальний розподіл характеризується крайньою нерівномірніс-

ттю. Велика частина туристів зі службовими цілями прямує до Європи [1]. У структурі ділових поїздок на європейському континенті переважають відрядження бізнесменів, конгресні тури, поїздки на виставки і ярмарки, інсентив-тури для службовців фірм.

Актуальність теми дослідження обумовлена низьким ступенем розробленості теорії ділового туризму як специфічної галузі туристської індустрії. Ця галузь інтенсивно розвивається в світовому туристському просторі в останні три десятиліття, причому доходи від неї мають високу питому вагу в структурі доходів від міжнародного туризму; в цілому ряді країн вони відіграють помітну або навіть в окремих випадках провідну роль в державному бюджеті.

Безпосереднє увагу аналізу різних аспектів і тенденцій ділового туризму приділяли такі вчені, як І.Б. Андренко, А.В. Бабкін, О. Г. Чімітдоржієва та інші.

Діловий туризм – напрямок сучасного туризму, який найбільш швидко розвивається. Визначено, що поєднання ділових візитів з можливостями огляду країни перебування і короткострокового відпочинку використовувалося досить давно, проте як самостійний і високоприбутковий вид туризму цей напрям сформувалося в 80-90-і роки ХХ століття. Особливо затребуваним діловий туризм став в останні роки, причому дана сфера послуг постійно збільшує обсяги.

Діловий туризм дуже багатогранний. Понад 73% його обсягу складають корпоративні поїздки – як індивідуальні ділові поїздки, так і для участі в заходах, що проводяться промисловими і торговими корпораціями. Сюди ж відносяться і інсентив-тури – поїздки, що організовуються компаніями з метою мотивації співробітників, зайнятих в основному просуванням і продажем виробленого цією компанією товару [2].

Основа ділової поїздки – насичена програма зустрічей і заходів, які сплановані заздалегідь. Бізнес-тур спочатку організується в поєднанні з культурною і екскурсійною програмою, яка цікава для конкретного клієнта. Зазвичай в стандартну (базову) програму ділової частини бізнес-туру входить оформлення візи, проживання, сніданки, трансфери. Середня тривалість службової поїздки в країну, розташовану на іншому континенті, становить 12-13 днів, всередині регіону – 5-6 днів, а по своїй країні – 3-4 дні.

Варто відзначити, що щоденні витрати бізнесмена, який здійснює ділову поїздку, в середньому в три рази перевищують витрати звичайного туриста [1]. І при цьому, як показують проведені дослідження, на відміну від інших видів турпоїздок в періоди будь-яких економічних

спадів і криз сфера ділового туризму страждає найменше, а часом навіть збільшує свої обсяги.

Займаючи перше місце в світі по числу прибуттів і витрат на діловий туризм, Європа проте поступово втрачає лідируючі позиції на цьому сегменті туристського ринку. За темпами зростання ділового туризму вона відстає від інших регіонів світу, причому розрив між ними збільшується. Серед європейських держав, які беруть потоки ділових людей, виділяються: Німеччина, Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Іспанія, Швеція, Швейцарія. Особливе місце займає Бельгія з головним містом Брюсселем, що є одночасно і столицею ЄС. У Франції та Бельгії кожне десяте прибуття здійснюється з діловими цілями, а в Великобританії – кожне третє.

На підставі виявлених закономірностей розвитку ділового туризму в світі, зазначаємо, що найголовніша перевага ринку ділового туризму в тому, що ніякі економічні кризи не здатні вплинути на цей бізнес. Ділові поїздки навіть збільшуються вчасно економічних спадів, адже при конфліктах, їх потрібно вирішувати, саме це і сприяє збільшенню ділових зустрічей.

Таким чином, з проведеного дослідження слід констатувати таке: для розвитку ділового туризму в Україні стимулюючими факторами є науково технічний прогрес, стабільна економіка, інтенсивний розвиток транспорту, розвиток телеграфу, фотографії, телефону, мережі Інтернет – тобто засоби зв'язку та інформації. Стабільна політична обстановка, підвищення добробуту населення, рівень розвитку інтелекту і освіченості населення, розвиток готельного сервісу і індустрії розваг розширюють географію ділового туризму і збільшують масовість індустрії.

1. Андrenко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник / І.Б. Андrenко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ, 2014. – 165 с.

НАПРЯМИ ТА ПРИНЦИПИ РЕКОНСТРУКЦІЇ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Крюков В.В.

Науковий керівник – Полчанінова І.Л. канд. екон. наук, доцент

Розвиток туризму нерозривно пов'язана з вдосконаленням готелів. На порозі ХХІ століття потреби в туризмі збільшуються, підвищується вимоги до рівня комфорту готелів, формі, видам і якості обслуговування в них. В даний час повсюдно реконструюються різноманітні готелі, в тому числі створюються найкомфортабельніші готелі найвищого класу [1].